

# Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Kapitel 1   | 19 |
| A. Einleitung   | 19 |
| B. Internetvertrieb   | 24 |
| I. Vertrieb im Internet                                     | 24 |
| 1. Vor- und Nachteile des Internetvertriebs                 | 26 |
| a) Vorteile   | 26 |
| b) Nachteile  | 28 |
| 2. Vertriebsmodalitäten                                     | 31 |
| 3. Gegenstand des Vertriebs                                 | 34 |
| a) Digitale Inhalte   | 34 |
| b) Waren und Dienstleistungen                               | 36 |
| II. Regelung des Vertriebs                                  | 37 |
| 1. Aktiver und passiver Vertrieb                            | 38 |
| a) Aktiver Verkauf  | 39 |
| b) Passiver Verkauf   | 39 |
| c) Abgrenzung im Rahmen des Online-Handels                  | 40 |
| 2. Selektiver Vertrieb und Alleinvertrieb                   | 45 |
| a) Alleinvertrieb   | 45 |
| b) Selektiver Vertrieb                                      | 47 |
| aa) Qualitative Merkmale                                    | 50 |
| bb) Quantitative Merkmale                                   | 54 |
| 3. Vertikaler und horizontaler Vertrieb                     | 55 |
| III. Das Internet als Markt                                 | 55 |
| C. Kartellrecht und Internetvertrieb                        | 56 |
| I. Verbot von Wettbewerbsbeschränkungen gemäß Art. 101 AEUV | 59 |
| 1. Normadressat   | 60 |
| 2. Vereinbarung, Beschluss oder abgestimmte Verhaltensweise | 62 |
| 3. Beschränkung des Wettbewerbs                             | 65 |
| 4. Zwischenstaatlichkeit                                    | 67 |

|  |     |
|--|-----|
| 5. Ungeschriebenes Merkmal Spürbarkeit der Wettbewerbsbeschränkung | 69  |
| II. Ausnahme: Vertikal-GVO   | 71  |
| III. Einzelfreistellung gem. Art. 101 Abs. 3 AEUV                  | 73  |
| 1. Effizienzgewinn   | 75  |
| 2. Verbraucherbeteiligung  | 76  |
| 3. Verhältnismäßigkeit   | 77  |
| 4. Kein Ausschluss des Wettbewerbs                                 | 77  |
| IV. Verbot einseitiger Verhaltensweisen (Missbrauchsverbot)        | 78  |
| 1. Marktbeherrschende Stellung                                     | 79  |
| a) Sachliche Marktabgrenzung                                       | 80  |
| b) Geographische Marktabgrenzung                                   | 84  |
| c) Zeitliche Marktabgrenzung                                       | 86  |
| d) Marktbeherrschung   | 87  |
| e) Internet als Vertriebsweg bei der Marktabgrenzung               | 88  |
| 2. Beeinträchtigung des Handels durch Missbrauch                   | 91  |
| 3. Gefährdung des Marktes  | 94  |
| 4. Sonstige Voraussetzungen  | 94  |
| V. Rechtsfolgen  | 95  |
| 1. Zivilrechtliche Rechtsfolgen                                    | 95  |
| a) Nichtigkeit bei Verstoß gegen Art. 101 AEUV                     | 95  |
| b) Nichtigkeit bei Verstoß gegen Art. 102 AEUV                     | 99  |
| c) Sonstige zivilrechtliche Rechtsfolgen                           | 102 |
| 2. Öffentlich-rechtliche Rechtsfolgen                              | 104 |
| VI. Wettbewerbsbeschränkungen in der Praxis                        | 106 |
| 1. Auf den Internethandel zugeschnittene Regelungen                | 107 |
| 2. Verbot des Internetvertriebs                                    | 108 |
| 3. Einschränkungen des Onlinevertriebs                             | 110 |
| VII. Fazit und Blick in die Zukunft                                | 113 |
| Kapitel 2  | 117 |
| D. Geoblocking   | 117 |
| I. Begriff des Geoblockings  | 117 |
| 1. Formen des Geoblockings   | 118 |
| a) Geoblocking-Maßnahmen im eigentlichen Sinne                     | 119 |
| b) Geoblocking-Maßnahmen im weiteren Sinne                         | 120 |
| c) Geo-filtering   | 121 |

|   |     |
|---|-----|
| 2. Erkennung der geographischen Merkmale  | 122 |
| a) Via technischer Erkennung  | 122 |
| b) Via Angaben des Kunden   | 123 |
| c) Via GPS  | 124 |
| d) Via Hardware   | 125 |
| 3. Gründe für den Einsatz von Geoblocking im Rahmen<br>des Online-Handels       | 125 |
| II. Geoblocking als Problem   | 128 |
| 1. Vision EU  | 128 |
| 2. Geoblocking als Hindernis  | 129 |
| E. Rechtlicher Rahmen des Geoblockings  | 131 |
| I. Geoblocking außerhalb des Kartellrechts                                      | 133 |
| 1. Dienstleistungs-RL   | 133 |
| a) Diskriminierungsverbot   | 134 |
| b) Geschützte Dienstleistungen  | 137 |
| c) Dienstleistungsempfänger   | 139 |
| d) Objektive Rechtfertigung   | 140 |
| e) Rechtsfolgen und Sanktionen  | 142 |
| 2. Weitere gesetzliche Regelungen?  | 144 |
| 3. Zwischenfazit: Geoblocking außerhalb des Kartellrechts                       | 145 |
| II. Geoblocking im Kartellrecht   | 146 |
| 1. Vertriebsvereinbarungen  | 146 |
| a) Kein kartellrechtlicher Einfluss der Dienstleistungs-<br>RL und der DL-InfoV | 147 |
| b) Maßstab des Art. 101 Abs. 1 AEUV   | 147 |
| aa) Horizontale Vereinbarungen  | 148 |
| bb) Vertikale Vereinbarungen  | 154 |
| (1) Relevante Vorschriften der Vertikal-GVO                                     | 155 |
| (a) Art. 4 lit. a) Vertikal-GVO   | 155 |
| (b) Art. 4 lit. b) Vertikal-GVO   | 159 |
| (aa) Art. 4 lit. b) i) Vertikal-GVO   | 165 |
| (bb) Art. 4 lit. b) ii) Vertikal-GVO  | 166 |
| (c) Art. 4 lit. c) Vertikal-GVO   | 167 |
| (aa) Verhältnis zu Art. 4 lit. b) Vertikal-<br>GVO                              | 167 |
| (bb) Anwendungsbereich  | 169 |
| (cc) Kernbeschränkung des Art. 4 lit. c)<br>Vertikal-GVO                        | 170 |

|  |     |
|--|-----|
| (dd) Ausnahme: Standortklauseln  | 171 |
| (2) Geoblocking als Wettbewerbsbeschränkung                                | 172 |
| (a) Unmittelbare Verpflichtung zum<br>Geoblocking                          | 173 |
| (b) Gänzliches Verbot des Vertriebs<br>außerhalb eines bestimmten Gebietes | 174 |
| (c) Beschränkung der Vertriebswege   | 180 |
| (d) Doppelpreissysteme („dual pricing“)                                    | 183 |
| (e) Festlegung der Verkaufsbedingungen                                     | 187 |
| (f) Verwendungsgebote  | 188 |
| (g) Mittelbare Beschränkungen  | 189 |
| (h) Sonderfall: Sprunglieferungsverbote                                    | 192 |
| (i) Ergebnissicherung  | 194 |
| (3) Ausnahme: Markterschließung und<br>Markteinführung                     | 195 |
| (4) Sonderfall: Der echte Handelsvertreter                                 | 198 |
| (5) Fälle außerhalb der Vertikal-GVO                                       | 201 |
| (6) Einzelfreistellung   | 202 |
| cc) Zwischenfazit: Vertriebsvereinbarungen                                 | 208 |
| 2. Einseitige Verhaltensweisen   | 210 |
| a) Unterschiedliche Bedingungen und Preise                                 | 212 |
| b) Forwarding  | 212 |
| c) Verweigerung des Vertragsschlusses                                      | 213 |
| d) Sonstige Fälle  | 213 |
| 3. Zwischenfazit: Geoblocking im Kartellrecht                              | 214 |
| III. Fazit   | 217 |
| <br>Kapitel 3  | 219 |
| F. Die Geoblocking-Verordnung  | 219 |
| I. Genese  | 221 |
| 1. Strategie „Digital Single Market“                                       | 221 |
| 2. Geoblocking-VO  | 223 |
| 3. Adaption der Geoblocking-VO und<br>Vertragsverletzungsverfahren         | 225 |
| II. Sektoruntersuchung der EU-Kommission 2016                              | 226 |
| III. Anwendungsbereich   | 229 |
| 1. Sachlicher Anwendungsbereich  | 229 |
| a) Grundsatz   | 230 |

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| b)  | Bereichsausnahmen  | 232 |
| c)  | Bündel aus Waren und Dienstleistungen                                  | 233 |
| d)  | Ausnahmen  | 238 |
|     | aa) Geoblocking aufgrund rechtlicher Anforderungen                     | 238 |
|     | bb) Geoblocking bei ausschließlich informativen Internetseiten         | 240 |
| 2.  | Persönlicher Anwendungsbereich   | 241 |
|     | a) Verpflichteter Personenkreis  | 242 |
|     | b) Geschützter Personenkreis   | 243 |
|     | aa) Grundsatz  | 243 |
|     | bb) Unterscheidung in der Praxis                                       | 247 |
|     | cc) Im Rahmen des Vertriebsrechts                                      | 250 |
| 3.  | Räumlich   | 251 |
|     | a) Regelung der Geoblocking-VO   | 251 |
|     | b) Auslegung des geographischen Anwendungsbereichs                     | 252 |
|     | c) Binnenmarktbezug  | 253 |
|     | d) Inlandssachverhalte   | 256 |
|     | aa) Wesentliche Bestandteile mit Auslandsbezug                         | 257 |
|     | bb) Bewertung des Art. 1 Abs. 2 Geoblocking-VO                         | 259 |
| 4.  | Zwischenfazit: Anwendungsbereich                                       | 262 |
| IV. | Verbote im Überblick   | 263 |
| 1.  | Zugang zur Benutzeroberfläche des Anbieters                            | 265 |
|     | a) Definition der Online-Benutzeroberfläche                            | 265 |
|     | b) Verbote gemäß Art. 3 Abs. 1 Geoblocking-VO                          | 268 |
|     | c) Verbot des „Auto-forwardings“                                       | 269 |
|     | aa) Einwilligung zum Forwarding  | 271 |
|     | bb) Information über die Folgen  | 275 |
|     | cc) Speichern der Zustimmung   | 275 |
|     | dd) Widerruflichkeit der Zustimmung                                    | 277 |
|     | ee) Erreichbarkeit der Online-Benutzeroberflächen                      | 279 |
|     | d) Ausnahme Art. 3 Abs. 3 Geoblocking-VO                               | 282 |
| 2.  | Zugang zu Waren und Dienstleistungen                                   | 283 |
|     | a) Allgemeine Geschäftsbedingungen                                     | 284 |
|     | aa) Begriffsbestimmung   | 284 |
|     | bb) Tatbestandsmerkmal „der breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht“ | 285 |
|     | cc) Diskriminierende Bedingungen                                       | 288 |

|  |     |
|--|-----|
| dd) Unterfall „Verkaufspreise“   | 290 |
| b) Betroffene Geschäfte  | 291 |
| aa) Warenkauf  | 291 |
| bb) Elektronisch erbrachte Dienstleistungen                                  | 293 |
| cc) Andere Dienstleistungen  | 295 |
| c) Sonderbehandlung von Kleinstunternehmen                                   | 296 |
| d) Keine Rechtfertigung für Diskriminierung Abs. 5                           | 297 |
| e) Informationspflichten des Anbieters                                       | 298 |
| 3. Zahlungsverkehr   | 300 |
| a) Voraussetzungen des Art. 5 Abs. 1 Geoblocking-VO                          | 300 |
| aa) Elektronische Transaktion mit derselben<br>Methode                       | 301 |
| bb) Authentifizierung gem. RL (EU) 2015/2366                                 | 303 |
| cc) Vom Händler akzeptierte Währung  | 303 |
| b) Das Diskriminierungsverbot  | 304 |
| c) Zurückbehaltungsrecht des Anbieters gemäß Art. 5<br>Abs. 2 Geoblocking-VO | 305 |
| 4. Nichtigkeit von Vertriebsvereinbarungen                                   | 308 |
| 5. Zwischenfazit: Verbote der Geoblocking-VO                                 | 309 |
| G. Geoblocking-VO im Vertrieb, Art. 6 Geoblocking-VO                         | 312 |
| I. Anwendung des Art. 6 Geoblocking-VO                                       | 314 |
| 1. Vereinbarungen?   | 314 |
| a) Nur Vereinbarungen zwischen Unternehmen                                   | 315 |
| b) Nur vertikale Vereinbarungen  | 316 |
| c) Beschränkungen des „Anbieters“?   | 317 |
| 2. Passive Verkäufe?   | 320 |
| 3. Verstoß gegen Art. 3 bis 5 Geoblocking-VO                                 | 320 |
| II. Zwischenfazit: Art. 6 Geoblocking-VO                                     | 322 |
| III. Konkurrenzen zu anderen Vorschriften                                    | 322 |
| 1. Zu Art. 102 AEUV  | 322 |
| 2. Zu Art. 101 AEUV  | 323 |
| 3. GVOen   | 327 |
| 4. Art. 4 lit. b) ii) Vertikal-GVO   | 329 |
| 5. Weitere Sonderfälle der Vertikal-GVO und des Art. 101<br>AEUV             | 330 |
| 6. Art. 20 Abs. 2 Dienstleistungs-RL   | 331 |
| IV. Keine Ausnahmen  | 332 |

|  |     |
|--|-----|
| H. Fazit   | 334 |
| Kapitel 4  | 337 |
| I. Durchsetzung bei Verstößen wegen Geoblockings         | 337 |
| I. Kartellrechtliche Durchsetzung                        | 337 |
| II. Durchsetzung der Geoblocking-VO                      | 338 |
| III. Durchsetzung des § 5 DL-InfoV                       | 346 |
| J. Rechtsfolgen eines Verstoßes                          | 346 |
| I. Rechtsfolgen nach Geoblocking-VO                      | 347 |
| a) Verstoß gegen Art. 6 Abs. 2 Geoblocking-VO            | 347 |
| b) Verstoß gegen Art. 3 bis 5 Geoblocking-VO             | 350 |
| aa) Öffentlich-rechtliche Rechtsfolgen                   | 351 |
| bb) Anpassung des deutschen Rechts – Sanktionen des TKG  | 352 |
| (1) Allgemeiner Regelungsbereich                         | 356 |
| (a) § 228 Abs. 6 TKG                                     | 356 |
| (b) § 202 Abs. 7 TKG                                     | 357 |
| (2) Nicht erfasste Verstöße                              | 363 |
| (3) Anlassbezogene Überprüfung                           | 365 |
| (4) Unterstützungs pflicht gemäß Art. 8 Geoblocking-VO   | 367 |
| (5) Unterstützung von Unternehmen                        | 372 |
| (6) Strafzumessung                                       | 375 |
| cc) Zivilrechtliche Rechtsfolgen und Private Enforcement | 378 |
| (1) Anwendbarkeit  | 378 |
| (2) Internationale Durchsetzung                          | 381 |
| (3) Individualrechte                                     | 382 |
| (a) Anspruch auf europaweite Belieferung?                | 382 |
| (b) Faktischer Kontrahierungzwang                        | 383 |
| (c) Anspruch auf Vertragsschluss nach deutschem Recht    | 386 |
| (d) Schadenersatz  | 389 |
| (e) Unterlassung nach § 1004 BGB analog                  | 392 |
| (f) Nichtigkeit  | 392 |
| (4) Kollektivrechte                                      | 392 |
| (5) Zwischenfazit: Private Enforcement                   | 395 |

|  |     |
|--|-----|
| II. Kartellrechtliche Sanktionen   | 396 |
| 1. Verhältnis von Art. 101 AEUV zur Geoblocking-VO                       | 397 |
| 2. Sanktionen eines Verstoßes gegen Art. 101 und Art. 102 AEUV           | 397 |
| 3. Verbot der Doppelsanktionierung (Ne bis in idem)                      | 397 |
| a) Art. 102 AEUV und Art. 3 bis Art. 5 Geoblocking-VO                    | 400 |
| b) Art. 101 AEUV und Art. 6 (Abs. 2) Geoblocking-VO                      | 403 |
| III. Rechtsfolgen nach § 6 DL-InfoV                                      | 403 |
| IV. Aktuelle Entscheidungspraxis   | 404 |
| V. Fazit: Rechtsfolgen   | 408 |
| <br>Kapitel 5  |     |
| K. Geoblocking in der Zukunft  | 411 |
| I. Kritik an der Geoblocking-VO  | 412 |
| 1. Kontrahierungzwang und Lieferpflicht                                  | 413 |
| 2. Beeinflussung der Marktkonzentration zugunsten großer Unternehmen     | 413 |
| 3. Schaffung von Rechtsunsicherheiten                                    | 415 |
| 4. Urheberrechtlich geschützte Werke, insbesondere audiovisuelle Inhalte | 417 |
| 5. Unzureichende Regelung der Rechtsfolgen bei Verstößen                 | 420 |
| 6. Preisregulierung in Niedrigpreisländern                               | 422 |
| 7. Geoblocking und die deutsche AGB-Kontrolle im B2B-Bereich             | 423 |
| 8. Stellungnahme   | 424 |
| II. Review der Geoblocking-VO, Art. 9 Geoblocking-VO                     | 425 |
| 1. Erfahrungen der Behörden  | 428 |
| 2. „Sweep“   | 429 |
| 3. „Mystery Shopping“  | 429 |
| 4. Schlussfolgerungen der EU-Kommission aus dem First Report             | 431 |
| 5. Stellungnahme   | 433 |
| III. Neufassung der Vertikal-GVO   | 436 |
| IV. Stellungnahme: „Geoblocking in der Zukunft“                          | 437 |

|  |     |
|--|-----|
| Kapitel 6  | 439 |
| L. Gegenüberstellung der Regelungen des Geoblockings im Onlinehandel   | 439 |
| I. Einseitige Maßnahmen  | 439 |
| II. Vertriebsvereinbarungen  | 439 |
| III. Zwischenfazit   | 441 |
| M. Resümee   | 441 |
| Kapitel 7  | 449 |
| N. Nachtrag  | 449 |
| I. Die neue Vertikal-GVO und ihre Leitlinien                           | 449 |
| 1. Art. 4 lit. a) der Neufassung                                       | 450 |
| 2. Art. 4 lit. b), c) und d) der Neufassung                            | 451 |
| b) Alleinvertriebssysteme  | 451 |
| c) Selektive Vertriebssysteme  | 453 |
| d) Freier Vertrieb   | 454 |
| 3. Art. 4 lit. e) der Neufassung                                       | 454 |
| a) Doppelpreissysteme / Dual Pricing                                   | 455 |
| b) Qualitative Voraussetzungen für den Onlinevertrieb                  | 456 |
| c) Drittplattformverbote   | 457 |
| d) Bestpreisklauseln / Paritätsverpflichtungen                         | 458 |
| e) Einschränkung der wirksamen Nutzung des Internets                   | 459 |
| II. Die Bewertung von Geoblocking unter der neuen Vertikal-GVO         | 460 |
| 1. Gänzliches Verbot des Vertriebs außerhalb eines bestimmten Gebietes | 461 |
| 2. Beschränkung des Vertriebswegs Internet                             | 461 |
| 3. Doppelpreissysteme („dual pricing“)                                 | 463 |
| 4. Festlegung der Verkaufsbedingungen                                  | 463 |
| 5. Sonderfälle   | 464 |
| III. Fazit - Eine verpasste Chance                                     | 464 |
| Literaturverzeichnis   | 467 |